

뉴스신뢰도, 뉴스관여도와 확증편향이 소셜커뮤니케이션 행위에 미치는 영향

: 가짜뉴스와 팩트뉴스 수용자 비교

김미경(청운대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)*

본 연구는 가짜뉴스와 팩트뉴스 수용자의 뉴스신뢰도, 뉴스관여도와 편향의 차이가 뉴스의 소셜커뮤니케이션 행위에 어떤 영향을 미치는지를 검토하고자 한다. 특히 가짜뉴스와 팩트뉴스에 대해 어떻게 적용되는지를 비교 검토함으로써 뉴스 수용자의 특성을 파악하고 소셜커뮤니케이션 행위의 특징을 살펴보고자 한다. 연구결과 뉴스 수용자들은 가짜뉴스와 팩트뉴스의 신뢰도 차이를 보였다. 수용자들은 가짜뉴스와 팩트뉴스 모두에 대해 가치관여가 높게 나타났다. 팩트뉴스에 대해서 더욱 가치관여됨으로써 뉴스에 대한 방어적인 태도를 보이는 것으로 나타났다. 수용자들의 확증편향은 팩트뉴스에 대해 강하게 나타났다. 확증편향은 뉴스신뢰도를 강화하는 요인으로 나타났다. 뉴스신뢰도와 뉴스관여도, 확증편향이 소셜커뮤니케이션 행위에 미치는 영향을 살펴본 결과, 뉴스신뢰도는 소셜커뮤니케이션 행위에 영향을 미쳤으며 뉴스관여도 중 수용자의 가치관여는 팩트뉴스의 확산에 영향을 미쳤다. 확증편향도 뉴스신뢰도와 함께 소셜커뮤니케이션 행위에 영향을 미쳤다.

주요용어: 뉴스신뢰도, 뉴스관여도, 확증편향, 소셜커뮤니케이션, 가짜뉴스, 팩트뉴스

* mkqueen@chungwoon.ac.kr